

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра социальных коммуникаций

На правах рукописи

ХЛГАТЯН КАРИНА КАМОЕВНА

**ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ  
АУДИТОРИИ О ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
юридического факультета

Саратов 2023

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

Научный руководитель – д.фил.наук., профессор кафедры социальных коммуникаций Елина Е.А.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования.** Социальные сети и интернет играют важную роль в современном мире. Различные интернет-платформы являются отличным средством популяризации всех сфер жизнедеятельности человека через PR-компании. Несомненно, здоровый образ жизни в целом и спорт в частности, несмотря на большой интерес в обществе, нуждается в дальнейшем продвижении и популяризации.

Социальная сеть – это интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться в группе пользователей, объединенных общим интересом или какой-то целью.

Здоровый образ жизни с каждым годом набирает обороты. И в наше время социальные сети связаны напрямую почти с каждым человеком, поэтому интернет является показателем того, что модно, что важно и ценно в современном мире. В социальных сетях множество разных страниц и групп, связанных со спортом. Это какие-либо страницы звезд спорта, сообщество фанатов сборной по футболу, либо просто личный блог фитнес-тренера. Ведением таких страниц занимаются напрямую владельцы аккаунтов или же специалисты по SMM-маркетингу. У таких специалистов есть четкий план ведения для продвижения страницы.

Необходимо отметить, что, благодаря лайкам и репостам, новая информация в интернете распространяется гораздо быстрее, чем в других средствах массовой информации. Статистика утверждает, что люди, интересующиеся спортом, чаще заходят на страницы в социальные сети, чем на официальные сайты или форумы.

Таким образом, выше обозначенные обстоятельства обусловили актуальность темы выпускной квалификационной работы.

**Теоретической и методологической базой исследования** послужили научные труды, публикации, доклады и статьи российских и зарубежных

исследователей, занимавшихся изучением теории массовых коммуникаций и её влияния на личность и общественные отношения. Теоретическую основу представляют собой труды таких исследователей, как М.Д. Валовая, А.П. Панкрухин, Н.Д. Эриашвили. Эти работы легли в основу общенаучной методологии нашего исследования. Они поднимают вопросы исследования маркетинга через призму новых технологий, как и труды следующих отечественных и зарубежных исследователей: С.Г. Кара-Мурза, С.К. Шайхитдинова, М. Кастельс, М.С. Каган, В.С. Библер, Н.Б. Кириллова, Г.Г. Почепцов, Г.М. Маклюэн. Социальный маркетинг в целом исследуется такими авторами, как Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, А.В. Абрамова, Д.В. Костылева, О.С. Медведева, Н.К. Кузнецова, Д.А. Михайлов, К.Д. Порохова.

**Объектом исследования** в соответствии с заявленной тематикой выступают социальные сети.

**Предмет исследования** – влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни.

**Цель исследования** заключается в изучении влияния социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни.

Исходя из цели определены **задачи** исследования:

- рассмотреть задачи и формирование здорового образа жизни;
- изучить проблемы здоровья и мотивации к здоровому образу жизни;
- выявить специфику использования публичных страниц во «ВКонтакте» для PR-коммуникации в социальной сфере;
- провести анализ контента публичных страниц в социальной сети «ВКонтакте», ориентированных на продвижение идеи здорового образа жизни;
- разработать рекомендации по созданию и ведению публичной страницы во «ВКонтакте» для продвижения идеи здорового образа жизни.

**Научная новизна** выпускной квалификационной работы заключается в следующем:

— В данной выпускной квалификационной работе рассматривается в комплексе влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни, впервые проводится анализ контента публичных страниц в социальной сети «ВКонтакте», ориентированных на продвижение идеи здорового образа жизни; впервые даются рекомендации по созданию и ведению публичной страницы во «ВКонтакте» для продвижения идеи здорового образа жизни; сделаны выводы относительно влияния социальной сети «ВКонтакте» на представление аудитории о здоровом образе жизни.

**Структура исследования.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

В главе 1 «Теоретические основания проблемы приверженности здоровому образу жизни» рассматриваются задачи и формирование здорового образа жизни, а также проблемы здоровья и мотивации к здоровому образу жизни.

На сегодняшний день проблема сохранения здоровья актуальна для человеческого общества и подрастающего поколения. Исследования многих специалистов указывают на стабильное ухудшение состояния здоровья населения России, и причиной тому в первую очередь можно назвать то, что у молодежи не сформировано стремление к правильному образу жизни. Даже в сознательном возрасте не каждый человек понимает, насколько важно заботиться о себе и своем теле. А с развитием информационных технологий и формированием новых темпов жизни, людям тем более необходимо задумываться о своей психической и физической выносливости.

Всемирная организация здравоохранения к наиболее распространенным факторам, отрицательно влияющим на здоровье современного человека при неправильной организации жизни, относит:

1. Психоэмоциональные перегрузки.

2. Недостаточную физическую активность.
3. Нерациональное питание и связанную с этим избыточную массу тела.
4. Вредные привычки (курение).
5. Социально-значимые заболевания (алкоголизм, наркомания).

Согласно Указу Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» устанавливаются следующие целевые показатели, характеризующие достижение национальных целей к 2030 году: в рамках национальной цели «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей»: обеспечение устойчивого роста численности населения Российской Федерации; повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет; увеличение доли граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, до 70 процентов.

Так же согласно Указу Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» правительству Российской Федерации при разработке национальной программы в сфере демографического развития исходить из того, что в 2024 году необходимо обеспечить достижение следующих целей и целевых показателей: увеличение ожидаемой продолжительности здоровой жизни до 67 лет; увеличение суммарного коэффициента рождаемости до 1,7; увеличение доли граждан, ведущих здоровый образ жизни, а также увеличение до 55 процентов доли граждан, систематически занимающихся физической культурой; формирование системы мотивации граждан к здоровому образу жизни, включая здоровое питание и отказ от вредных привычек; создание для всех категорий и групп населения условий для занятий физической культурой, массовым спортом, в том числе повышение уровня обеспеченности населения объектами спорта, а также подготовка спортивного резерва.

Здоровый образ жизни может складываться из важных факторов жизни человека, например, таких как семья, образование, работа, отдых. В научной литературе здоровый образ жизни связывают с физиологическим трудом, нравственно-гигиеническим воспитанием, рациональным питанием, личной гигиеной, активным образом жизни, хорошим продуманным досугом, отказом от вредных привычек.

Мотивы здорового образа жизни – это целостная система осмысленных поступков, которые ориентированы на нравственные, духовные и физические проявления личности, а еще область жизнедеятельности с позиции значения собственного здоровья.

Формирование здорового образа жизни – это длительный, сложный и трудный процесс, который будет затрагивать государственные, общественные и биологические факторы. Если думать о ценностном отношении к своему здоровью, то можно выделить такие компоненты: мотивационный, познавательный, деятельностный, эмоционально-волевой, эстетический, рефлексивный.

В главе 2 «Продвижение идей здорового образа жизни в социальной сети «ВКонтакте» рассматривается специфика использования публичных страниц во «ВКонтакте» для PR-коммуникации в социальной сфере, проводится анализ контента публичных страниц в социальной сети «ВКонтакте», ориентированных на продвижение идеи здорового образа жизни, а также даются рекомендации по созданию и ведению публичной страницы во «ВКонтакте» для продвижения идеи здорового образа жизни.

На сегодняшний день в России самой популярной и востребованной социальной сетью является «ВКонтакте». Аудитория «ВКонтакте» ежегодно растёт. Например, вот так изменилась месячная аудитория в России за несколько лет: с 65 млн. в 2017 году до 101.7 млн. в 2023 году. Аудиторию социальной сети «ВКонтакте» составляют преимущественно юношество и молодежь.

Специфические черты использования инструментов PR-коммуникации на публичных страницах «ВКонтакте» следующие:

1. Наличие концептуального плана.

Обозначение руководящей идеи и понимание целей обеспечит логичную реализацию социального проекта. Грамотная рабочая концепция отвечает следующим вопросам: Какой продукт в основе? Кому он нужен (обозначение целевой аудитории)? Каковы конкурентные преимущества? Какова конечная цель создания публичной страницы во ВКонтакте для реализации социального проекта? Стоит отдельно отметить, что создание модели конкретизирует продукт планирования содержания проекта. Это позволит оптимизировать процесс планирования и выполнения своих планов.

2. Грамотный выбор типа сообщества.

Типов сообществ во «ВКонтакте» всего три: публичная страница (паблик); группа; мероприятие.

3. Создание ясного и запоминающегося названия группы социального проекта и его краткого описания.

Сюда же относится и логин – короткий адрес в поисковой строке публичной страницы. Подбор уникального, креативного и запоминающегося имени называется неймингом.

4. Разработка дизайна публичной страницы.

Дизайн по сути своей посвящен решению проблем. В отличие от искусства, эстетика в дизайне не самоцель, а скорее средство достижения определенного результата. При грамотном дизайнерском подходе контент читается гораздо легче, информация воспринимается без приложения лишних усилий, для целевой аудитории это способствует содействию в жизнедеятельности публичной страницы.

5. Анализ целевой аудитории.

6. Разработка рубрикатора и календарного медиаплана.

7. Обновление рубрик и повышение качества контента.

Для практической части исследования была сделана выборка четырёх русскоязычных публичных страниц социальной сети «ВКонтакте»:

1. «90-60-90 | Спортивные девушки» ([https://vk.com/90\\_60\\_90](https://vk.com/90_60_90));
2. «Фитнес Кухня / Рецепты / Упражнения» (<https://vk.com/recipes50kg>);
3. «Займись собой» (<https://vk.com/doself>);
4. Официальная страница Всемирной организации здравоохранения (<https://vk.com/whoinrussia>).

Выборка именно этих публичных страниц была неслучайна. Первое сообщество было выбрано как одно из крупнейших по аудиторному охвату тематических сообществ (5,9 млн чел.). Второе – сообщество, имеющее узкую специализацию (правильное питание). Третье – среднее по аудиторному охвату (1,4 млн подписчиков) и принципиально отличающееся по характеру транслируемого контента. И, наконец, четвертое было выбрано как пример публичной страницы официального международного специализированного учреждения, чья цель – информатизация населения и развенчание псевдонаучных стереотипов.

Общий уровень распространения информации о здоровом образе жизни путём социальных сетей является довольно высоким. Контент всех проанализированных страниц удобен как для первого знакомства, так и для дальнейшей более углублённой навигации по публичной странице.

Однако общий уровень информации довольно низкий: отсутствуют ссылки на авторитетные источники (за исключением страницы ВОЗ), превалирует контент развлекательного характера довольно грубого исполнения (культ накачанного тела, призванный производить мотивационный эффект), наличествует контент, не относящийся к основной тематике публичной страницы (скабрезные истории и новости шоу-бизнеса).

Рекомендации по созданию и ведению публичной страницы во «ВКонтакте» для продвижения идеи здорового образа жизни:

1. Позиционирование сообщества.
2. Разработка и внедрение социальной рекламы.

3. Обеспечение дополнительного трафика с рекомендациями: привлечение аудитории.

4. Использование личной страницы администратора публичной страницы в качестве дополнительного инструмента продвижения повышает уровень доверия к социальной кампании.

5. Грамотная разработка дизайна публичной страницы.

6. Медиапланирование и составление контент-стратегии.

7. Работа над повышением качества контента.